

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini. jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Creswell (2003), penelitian kuantitatif adalah metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu serta teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini menggunakan proposisi yang dibuktikan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden dari populasi yang dipilih dan menghasilkan data-data yang akan dianalisis menggunakan instrumen penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Menurut Bungin (2011), penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk

menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian tersebut berdasarkan pada aktivitas dan kejadian yang terjadi. Menurut Sugiyono (2008), pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya, seperti kata-kata atau kalimat yang tersusun dalam angket, kalimat hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan informan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif deskriptif adalah suatu penelitian tentang data yang dikumpulkan yang bertujuan menjelaskan, mengidentifikasi, dan mengevaluasi permasalahan yang ada dengan menggunakan angka untuk meneliti hubungan variabel dengan menggunakan kuesioner. Penelitian kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh trust, service quality, dan price terhadap customer loyalty ONLINE SHOP . Penelitian ini menggunakan kuesioner yang hasilnya akan dianalisis untuk mengetahui tentang pengaruh trust, service quality, dan price terhadap customer loyalty apakah pelanggan merasa kebutuhannya terpenuhi setelah melakukan transaksi online dan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.

### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008).

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi pelanggan ONLINE SHOP

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut (Sugiyono,2011), teknik simple random sampling dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini, peneliti memberikan kuesioner pada 100 pelanggan yang pernah transaksi melalui online.

Menurut Sumami dan Wahyuni (2006) sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Adapun rumus yang digunakan tersebut adalah:

$$n = \frac{Z^2}{4 \cdot e^2}$$

keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5% = 1,96

$Moe$  = *Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 \cdot e^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,4}$$

$$n = 96,04$$

berdasarkan hasil hitung diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04. Pada penelitian ini peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008), data kuantitatif adalah data yang berupa angka, walaupun data kualitatif yang ada merupakan data pendukung, seperti kalimat dalam angket, kalimat yang berasal dari hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan informan. Data kuantitatif berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan, seperti skala pengukuran.

Dalam penelitian ini, menggunakan sumber data primer. Menurut Bungin (2011), data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data di lokasi atau obyek penelitian. Dengan kata lain, data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan merupakan data asli tanpa melalui proses pengolahan data. Data primer dapat diperoleh dari catatan hasil wawancara. Dalam penelitian ini, data primer dari penelitian ini meliputi data tanggapan responden mengenai trust, service quality, price terhadap loyalty koresponden.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan didalam penelitian ini (Arikunto, 2006). Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan secara tertulis kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan survey menyebarkan kuesioner tentang pengaruh trust, service quality, dan price terhadap customer loyalty. Konsumen yang dituju ialah masyarakat yang pernah melakukan transaksi melalui ONLINE SHOP.

Alternatif jawaban dari kuesioner penelitian ini menggunakan skala *lickert* dengan menggunakan 5 indikator sebagai berikut “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Kurang Setuju” (KS), “Tidak Setuju” (TS), dan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

Dalam penelitian ini juga menggunakan studi literatur dan juga studi pustaka. Langkah ini dilakukan dengan mengumpulkan teori-teori dari referensi beserta sumber yang jelas dan dapat dipercaya yang digunakan sebagai landasan teori penelitian ini. Teori-teori tersebut didapatkan dari buku perkuliahan, penelitian terdahulu, jurnal dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian (Arikunto, 2006). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

#### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah customer loyalty (Y).

#### 2. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah trust, service quality, price dengan ( $X_1, X_2$ , dan  $X_3$ )

#### 3.5.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini membahas dua variabel yaitu variabel trust ( $X_1$ ) service quality ( $X_2$ ) dan price ( $X_3$ ) sebagai variabel independen atau variabel bebas sedangkan customer loyalty (Y) sebagai variable dependen. Definisi operasinalisasi variable penelitian akan disajikan pada tabel.

Variable	Indicator	Item
Trust ( $X_1$ )	Integritas	-penjaminan legalitas perusahaan kepada pelanggan

		<p>-jujur ketika menyampaikan kualitas produk.</p> <p>-memiliki rasa tanggung jawab yang besar kepada customer</p> <p>-memiliki etika yang baik ketika melayani customer</p>
service quality	<p>-responsivess</p> <p>-assurance</p>	<p>-memberikan pelayanan pengiriman ontime</p> <p>-mampu memecahkan masalah pelanggan serta memberikan solusi pada pelanggan</p> <p>-memberikan jaminan retur kepada pelanggan apabila produk hilang/rusak pada saat pengiriman</p>
Price	-potongan harga	-mendapatkan kualitas produk yang cukup baik

<p>-customer loyalty</p>	<p>-tingkatan harga</p> <p>-syarat pembayaran</p> <p>-melakukan pembelian ulang</p>	<p>meskipun harga murah</p> <p>-melakukan transaksi di lazada mendapatkan diskon lebih banyak dari pada melakukan pembelian di toko konvensional.</p> <p>-menyediakan pilihan harga dengan produk yang sama, sesuai dengan kemampuan tiap customer</p> <p>-melakukan transaksi di lazada sangat cukup simple dengan melakukan pembayaran melalui ATM</p> <p>-customer puas karena produk yang dibeli sangat berkualitas serta pelayanan yang diberikan memuaskan</p> <p>- Produk yang dicari oleh</p>
--------------------------	---	---

		pelanggan hanya terdapat di lazada  -Transaksi yang dilakukan oleh pelanggan sangat mudah dan tidak perlu mengantri di toko ataupun bergelut dengan lalu lintas

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengetahui variabel independen yang mempengaruhi secara signifikan variabel dependen. Sehingga, dapat dianalisis

Pengaruh Trust ( $X_1$ ), Service quality ( $X_2$ ), dan Price ( $X_3$ ), terhadap Customer loyalty (Y).

### 3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan analisis regresi linier berganda perlu pengujian asumsi persyaratan analisis, yaitu normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, agar data bermakna dan bermanfaat, sehingga menghasilkan penduga yang terbaik.

#### 1) Uji normalitas

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Normality P-Plot. Menurut Ghazali (2006), normalitas dapat juga dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka dapat dikatakan normal. Namun jika data (titik) menyebar tidak mengikuti garis diagonal atau jauh dari garis diagonal, data dikatakan tidak berdistribusi normal.

#### 2) Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghazali (2011: 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi detektemkan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF. Masing- masing variabel independen, jika nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2011: 139-143).

### **3.6.2 Uji Validitas**

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010). Pengujian validitas pada penelitian evaluatif ini menggunakan *logical validity* (validitas logis). Validitas logis untuk sebuah instrumen menunjuk pada kondisi sebuah instrumen yang memenuhi syarat valid berdasarkan hasil penalaran dan rasional. Instrumen yang diuji validitasnya adalah instrumen komponen konteks, masukan, proses dan hasil.

### **3.6.3 Uji Realibilitas**

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten, keajegan, atau tidak berubah-ubah (Saifuddin Azwar, 2012). Instrumen yang diuji reliabilitasnya adalah instrumen yang dibuat oleh peneliti. Dalam hal ini instrumen tersebut adalah instrumen komponen konteks, masukan, proses dan hasil.

Reliabilitas ditentukan atas dasar proporsi varian total yang merupakan varian total sebenarnya. Makin besar proporsi tersebut berarti makin tinggi reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien Alpha karena skor pada butir-butir instrumen merupakan skor bertingkat yaitu antara 1 sampai 4 atau 1 sampai 5. Menurut Suharsimi Arikunto (2010) instrumen yang berbentuk *multiple choice* (pilihan ganda) maupun skala bertingkat maka reliabilitasnya dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sigma^2_{\frac{2}{t}}}{\sigma^2_{\frac{2}{t}}} \right)$$

keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas yang dicari

$n$  : Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma^2_t$  : Jumlahnya varians skor tiap- tiap item

$\sigma^2_t$  : Varians total

Menurut Wiratna Sujerweni (2014), kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Alpha-Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$

### 3.7 Metode Analisis Data

#### 1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lazada shop. Model hubungan nilai konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Customer loyalty

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5}$  = Koefisien Regresi

X 1 = Trust

X 2 = Service quality

X 3 = Price

### 3.8 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*-nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah  $H_0$  diterima.

1. Uji Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen secara individual. Uji t dapat dilakukan dengan dua cara yaitu sebagai berikut.

A. Melakukan perbandingan antara variabel  $t_{tabel}$  dengan  $t_{hitung}$

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien regresi}(\beta)}{\text{Deviasi standar}(\beta)} \dots\dots\dots(3)$$

Kriteria perbandingan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut.

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel independen, secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ho diterima, Ha ditolak).
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Ha diterima, Ho ditolak).

Uji t juga dapat dilihat pada SPSS di tabel *Coefficients<sup>a</sup>*. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh individual antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen dilakukan dengan membandingkan *p-value* yang terdapat pada kolom Sig. dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika *p-value* < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Sedangkan jika *p-value* > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima (Nugroho, 2005).

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini. jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Creswell (2003), penelitian kuantitatif adalah metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu serta teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini menggunakan proposisi yang dibuktikan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden dari populasi yang dipilih dan menghasilkan data-data yang akan dianalisis menggunakan instrumen penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Menurut Bungin (2011), penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian tersebut berdasarkan pada aktivitas dan kejadian yang terjadi. Menurut Sugiyono (2008), pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai

pendukungnya, seperti kata-kata atau kalimat yang tersusun dalam angket, kalimat hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan informan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif deskriptif adalah suatu penelitian tentang data yang dikumpulkan yang bertujuan menjelaskan, mengidentifikasi, dan mengevaluasi permasalahan yang ada dengan menggunakan angka untuk meneliti hubungan variabel dengan menggunakan kuesioner. Penelitian kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh trust, service quality, dan price terhadap customer loyalty ONLINE SHOP . Penelitian ini menggunakan kuesioner yang hasilnya akan dianalisis untuk mengetahui tentang pengaruh trust, service quality, dan price terhadap customer loyalty apakah pelanggan merasa kebutuhannya terpenuhi setelah melakukan transaksi online dan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.

### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008).

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi pelanggan ONLINE SHOP

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut (Sugiyono,2011), teknik simple random sampling dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.Sampel yang

digunakan untuk penelitian ini, peneliti memberikan kuesioner pada 100 pelanggan yang pernah transaksi melalui online.

Menurut Sumami dan Wahyuni (2006) sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Adapun rumus yang digunakan tersebut adalah:

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

keterangan:

n= jumlah sampel

Z= Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5%= 1,96

*Moe*= *Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,4}$$

$$n = 96,04$$

berdasarkan hasil hitung diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04. Pada penelitian ini peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008), data kuantitatif adalah data yang berupa angka, walaupun data kualitatif yang ada merupakan data pendukung, seperti kalimat dalam angket, kalimat yang berasal dari hasil konsultasi atau wawancara antara peneliti dan informan. Data kuantitatif berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan, seperti skala pengukuran.

Dalam penelitian ini, menggunakan sumber data primer. Menurut Bungin (2011), data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data di lokasi atau obyek penelitian. Dengan kata lain, data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan merupakan data asli tanpa melalui proses pengolahan data. Data primer dapat diperoleh dari catatan hasil wawancara. Dalam penelitian ini, data primer dari penelitian ini meliputi data tanggapan responden mengenai trust, service quality, price terhadap loyalty koresponden.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan didalam penelitian ini (Arikunto, 2006). Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan

menyebarkan sejumlah pertanyaan secara tertulis kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan survey menyebarkan kuesioner tentang pengaruh trust, service quality, dan price terhadap customer loyalty. Konsumen yang dituju ialah masyarakat yang pernah melakukan transaksi melalui ONLINE SHOP.

Alternatif jawaban dari kuesioner penelitian ini menggunakan skala *lickert* dengan menggunakan 5 indikator sebagai berikut “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Kurang Setuju” (KS), “Tidak Setuju” (TS), dan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

Dalam penelitian ini juga menggunakan studi literatur dan juga studi pustaka. Langkah ini dilakukan dengan mengumpulkan teori-teori dari referensi beserta sumber yang jelas dan dapat dipercaya yang digunakan sebagai landasan teori penelitian ini. Teori-teori tersebut didapatkan dari buku perkuliahan, penelitian terdahulu, jurnal dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian (Arikunto, 2006). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

### 3. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah customer loyalty (Y).

### 4. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah trust, service quality, price dengan ( $X_1, X_2$ , dan  $X_3$ )

#### 3.5.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini membahas dua variabel yaitu variabel trust ( $X_1$ ) service quality ( $X_2$ ) dan price ( $X_3$ ) sebagai variabel independen atau variabel bebas sedangkan customer loyalty (Y) sebagai variable dependen. Definisi operasinalisasi variable penelitian akan disajikan pada tabel.

Variable	Indicator	Item
Trust ( $X_1$ )	Integritas	-penjaminan legalitas perusahaan kepada pelanggan -jujur ketika menyampaikan kualitas produk. -memiliki rasa tanggung jawab yang besar kepada

		customer -memiliki etika yang baik ketika melayani customer
service quality	-responsivess  -assurance	-memberikan pelayanan pengiriman ontime  -mampu memecahkan masalah pelanggan serta memberikan solusi pada pelanggan  -memberikan jaminan retur kepada pelanggan apabila produk hilang/rusak pada saat pengiriman
Price	-potongan harga	-mendapatkan kualitas produk yang cukup baik meskipun harga murah  -melakukan transaksi di lazada mendapatkan diskon lebih banyak dari pada melakukan pembelian di

<p>-customer loyalty</p>	<p>-tingkatan harga</p> <p>-syarat pembayaran</p> <p>-melakukan pembelian ulang</p>	<p>toko konvensional.</p> <p>-menyediakan pilihan harga dengan produk yang sama, sesuai dengan kemampuan tiap customer</p> <p>-melakukan transaksi di lazada sangat cukup simple dengan melakukan pembayaran melalui ATM</p> <p>-customer puas karena produk yang dibeli sangat berkualitas serta pelayanan yang diberikan memuaskan</p> <p>- Produk yang dicari oleh pelanggan hanya terdapat di lazada</p> <p>-Transaksi yang dilakukan oleh pelanggan sangat mudah dan tidak perlu</p>
--------------------------	---	---

		mengantri di toko ataupun bergelut dengan lalu lintas

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengetahui variabel independen yang mempengaruhi secara signifikan variabel dependen. Sehingga, dapat dianalisis Pengaruh Trust ( $X_1$ ), Service quality ( $X_2$ ), dan Price ( $X_3$ ), terhadap Customer loyalty (Y).

#### 3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan analisis regresi linier berganda perlu pengujian asumsi persyaratan analisis, yaitu normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, agar data bermakna dan bermanfaat, sehingga menghasilkan penduga yang terbaik.

#### 1) Uji normalitas

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Normality P-Plot. Menurut Ghazali (2006), normalitas dapat juga dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka dapat dikatakan normal. Namun jika data (titik) menyebar tidak mengikuti garis diagonal atau jauh dari garis diagonal, data dikatakan tidak berdistribusi normal.

#### 2) Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghazali (2011: 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi detemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF. Masing-masing variabel independen, jika nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola

yang jelas, serta titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2011: 139-143).

### **3.6.2 Uji Validitas**

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010). Pengujian validitas pada penelitian evaluatif ini menggunakan *logical validity* (validitas logis). Validitas logis untuk sebuah instrumen menunjuk pada kondisi sebuah instrumen yang memenuhi syarat valid berdasarkan hasil penalaran dan rasional. Instrumen yang diuji validitasnya adalah instrumen komponen konteks, masukan, proses dan hasil.

### **3.6.3 Uji Realibilitas**

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten, keajegan, atau tidak berubah-ubah (Saifuddin Azwar, 2012). Instrumen yang diuji reliabilitasnya adalah instrumen

yang dibuat oleh peneliti. Dalam hal ini instrumen tersebut adalah instrumen komponen konteks, masukan, proses dan hasil.

Reliabilitas ditentukan atas dasar proporsi varian total yang merupakan varian total sebenarnya. Makin besar proporsi tersebut berarti makin tinggi reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien Alpha karena skor pada butir-butir instrumen merupakan skor bertingkat yaitu antara 1 sampai 4 atau 1 sampai 5. Menurut Suharsimi Arikunto (2010) instrumen yang berbentuk *multiple choice* (pilihan ganda) maupun skala bertingkat maka reliabilitasnya dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2_t}{\sigma^2} \right)$$

keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas yang dicari

$n$  : Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma^2_t$  : Jumlahnya varians skor tiap- tiap item

$\sigma^2$  : Varians total

Menurut Wiratna Sujerweni (2014), kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Alpha-Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$

### 3.7 Metode Analisis Data

#### 1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lazada shop. Model hubungan nilai konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Customer loyalty

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5}$  = Koefisien Regresi

X 1 = Trust

X 2 = Service quality

X 3 = Price

### 3.8 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Menurut Ghazali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*-nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah  $H_0$  diterima.

#### 2. Uji Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen secara individual. Uji t dapat dilakukan dengan dua cara yaitu sebagai berikut.

B. Melakukan perbandingan antara variabel  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\text{Koefisien regresi}(\beta)}{\text{Deviasi standar}(\beta)} \dots\dots\dots(3)$$

Kriteria perbandingan nilai  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$  adalah sebagai berikut.

- c. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka variabel independen, secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ho diterima, Ha ditolak).
- d. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Ha diterima, Ho ditolak).

Uji t juga dapat dilihat pada SPSS di tabel *Coefficients<sup>a</sup>*. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh individual antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen dilakukan dengan membandingkan *p-value* yang terdapat pada kolom Sig. dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika *p-value* < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Sedangkan jika *p-value* > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima (Nugroho, 2005).